

利達精密工業股份有限公司

十二月花神的傳說
-東方復古畫錄

公司小檔案

- ☺ 成立日期：83.07
- ☺ 負責人：張中本
- ☺ 資本額：6000 千元
- ☺ 員工人數：46 人
- ☺ 經營理念：研發過程以美學為根基，製程以盡善盡美為目標，全方位滿足客戶的需求。
- ☺ 技轉單位：新典約有限公司 / 台灣創意設計中心

計畫緣起

文化是智慧的來源，也是留給下一代最有價值的遺產，二十四節氣是古老中國的獨有曆法，把天氣自然與農業時代人們的生活作息做了精密的規範，成為年復一年的行事準則。從立春、雨水、驚蟄、春分... 一直到大雪、冬至、小寒、大寒，二十四節氣準確而優美地描述了一年四季的自然景觀與人們應該做何事營生，讓百姓有所依循，輕易地就可以順天應時，安居樂業。

經過細密的研究計劃，以中國傳統的二十四節氣與其代表中國花神之有名歷史人物為故事主題，與之前合作的設計公司研發設計一系列以農曆中的十二個月份代表花與花神的傳說，運用清朝明治年間的畫家沈振麟所繪的十二月花神的十二幅畫，為主題的錶面設計搭配錶殼與錶帶的設計。配合傳統的 24 節氣，以柔性且貼近生活的方式，讓使用者重新來認識節氣上的變化，進而傳給民眾調適綠生活的觀念，並激發從日常生活中力行低碳調適行動。

中國的崛起，歐美對於中國文化會越來越重視。東方風盛行之美：我們過去已經藉由中華文化設計了梅蘭竹菊四君子一系列的經典作品加上這次的 12 月花神計畫也持續延續中華文化的本質。未來我們可以藉由兩系列中華文化衍生作品的經驗，持續尋找更多元的文化題材運用在新作品的概念上，這是關於深度上的擴展。另一方面，關於廣度上的發展，我們能藉由已經開發出來的商品結合異業，包含茶葉、茶文化、陶瓷傳統文化... 等都是未來我們能夠在創新設計之餘，更能夠深耕及發揚傳統文化的部分。重要目的是希望藉著一系列華人文化風格的設計讓原本的代工產業升級。

新產品簡介

一系列共 12 只不同表面之錶款，各代表一年 12 個月，各有一種代表花卉及其背後的故事。

◆設計圖



101 年度協助傳統產業技術開發計畫

研發個案成果彙編



◆殼背設計



計畫創新重點

- * 古錢幣造型：象徵中國「外圓內方」為人處世哲學。淮南子·主術訓：智欲圓而行欲方。
- * 釋義：方為做人之本，圓為處世之道。
- * 差異化表面：著重於錶面的多樣化，運用不同質感來表現錶面層次感。
- * 故事性：十二月花神的歷史人物故事性與中國傳統二十四節氣與現代化的手表融合
- * 環保：生活 + 時間 + 大自然循環 + 文化 配合傳統的 24 節

研發成果及衍生效益

1.非量化：

- * 環保:中國二十四節氣/文化創意
- * 產業升級
- * 強化品牌定位
- * 強化研發能量

2.量化：

- * 水墨畫珠寶錶.新款上市 12 款 X100 隻
- * 2013 增加營業額四百萬元以上/ 年售 1200 支
- * 增加就業人數 5 人

3.未來延展規劃

行銷計畫:

擴展通路，計劃於 2003 增加 30 家實體通路& 10 個虛擬通路平台

(1)實體通路：

- * (現在) 百貨公司、精品店、高雄科學工藝博物館, UTV 免稅店
- * (未來) 故宮、航空公司、台灣手工業推廣中心、大陸廈門。
- * 還會針對陸客，在金門航空站的聖祖貢糖精品館。由於陸客現由金門小三通來台人數逐年上升，2011 年將近三分之一的陸客運用此方式來台，旅客常會藉由登機的等待時間，到機場的免稅商店購買商品。

(2)虛擬通路：

- * 自有網站、美國新蛋網、大陸淘寶網、台灣經貿網、PCHOME 商店街、博客來
- * 華奢網、全球華人藝術網、Woogii、UTV 金連網、飛翔駱駝

專案執行重要心得

時間挑戰

設計的一致性與創新因已屆年底，無論是設計端或製造端均有很多須完成的客戶訂單。而研發一系列新產品，卻又是非常耗時的工作(因必須反覆修改之緣故)。加上公司是在計畫已經開始進行後的二個多月才收到通知通過此計畫，是故我們公司與新典約可以說全力以赴，在有限的時間內加速完成此計畫。

造型

- 1.錶面：如何將沈振麟的 12 月花從古典畫法轉化為現代風格，外加如何將 12 個月份的花巧妙的表現出其特別，但又能相互協調的錶面設計，卻是此份計畫最大挑戰的一部分之一。
- 2.錶殼：設計上在很短的時間修改了三次，最後以中國古錢幣的造型定版。為取得其"外圓內方"的為人處事原則，作為設計之隱性價值，而以古錢幣的紋飾作為錶殼的邊框，作為外顯的復古表顯。錶底蓋：每個月有刻示其代表兩個不同節氣的日期。如一月有：小寒 5 ,6, 7 日，大寒 19,20,21 日。